

# Iedereen uitgever!

- zaterdag 06 juni 2009

## EEN EXPLOESIE VAN NIEUWE UITGEVERIJEN IN VLAANDEREN



wdk

Straks maakt Witsand bekend welke zijn eerste boeken op de plank worden. Dat zou relatief ongemerkt voorbijgaan, ware het niet dat het de zoveelste nieuwe uitgeverij in enkele maanden tijd is. Waarom kent Vlaanderen een explosie aan nieuwe uitgevers?

Standaard Uitgeverij, Lannoo, Manteau, Van Halewyck. Een beetje boekenliefhebber kent die merken als huizen van vertrouwen, uitgevers met een staat van dienst. Maar misschien haalde hij ook al producten in huis van Kwagga, Lampedaire, Bola Editions en Nomonkeybooks: zij publiceren BV-boeken, kookboeken, *new journalism*, maar ook enkele debuutromans en uitzonderlijk zelfs poëziebundels.

De trend van nieuwe zelfstandige uitgeverijen werd enkele jaren geleden zachtjes ingezet door Borgerhoff & Lamberigts, een duo dat met zijn sportbiografieën, boeken van politici en *true crime* op korte tijd naam maakte. Veel navolgers kenden ze niet meteen. Pas vorig jaar en vooral dit jaar kwam de explosie: sinds begin 2008 zijn er in Vlaanderen minstens tien nieuwe uitgeverijen actief.

Opvallend is dat ze nog zelden opgericht worden door ex-werknemers van grote uitgeverijen (die traditiegetrouw een aantal auteurs overtuigen om 'over te lopen'), maar wel door journalisten, grafici, zelfs fotografen - meestal mensen met weinig of geen ervaring in de uitgeverijwereld. Vaak zijn het eenmansbedrijven, of duo's die elkaar aanvullen. De rode draad door al deze initiatieven is dat ze het anders willen aanpakken dan de gevestigde uitgeverijen.

### 360 graden

Dirk Demuyne van Witsand is het meest klassieke geval onder de nieuwbakken uitgevers - hoewel hij het helemaal niet klassiek wil aanpakken. Zijn staat van dienst is alleen vergelijkbaar met die van Rudy Vanschoonbeek, die vorig jaar Vrijdag oprichtte. Hij heeft vijftien jaar ervaring in het boekenvak. Hij werkte voor Manteau, Standaard Uitgeverij en Lannoo en heeft daar auteurs als Pieter Aspe, Tom Naegels en Paul Verhaeghen helpen beginnen. Vorig jaar kapte hij er mee. In augustus moet het eerste boek van zijn eigen uitgeverij in de handel liggen. Tegen 2011 wil hij twintig boeken per jaar maken.

'Na zoveel jaren zie je de pijnpunten van de grote uitgeverijen. Heel wat auteurs zitten met vragen

die hun uitgevers niet beantwoorden. Bijvoorbeeld over de levenscyclus van een boek. Er zijn pakweg tien stappen in dat proces; van de conceptie van het idee, tot het moment dat het boek uitverkocht is. De grote uitgevers zitten vanwege hun kostenstructuur onder een enorme druk om een omzet te halen. Als het boek maar af is en op tijd in de boekhandel ligt, is het oké. Dat is een jammerlijke evolutie. Ze houden zich dus nog met drie of vier stappen in het midden van het proces bezig: van het ontvangen van het manuscript tot het moment dat het boek in de handel komt. Maar voor en na zitten de schrijvers met vragen. Voordien staan zij er alleen voor en nadien wordt hun boek aan zijn lot overgelaten.'

'Witsand wil rekening houden met het voor en het na, met auteursbegeleiding en -management en met het in leven houden van een boek door het een duw te geven. Ik wil van elk boek een gebeurtenis maken.'

Demuyck wil schrijvers begeleiden, tournees opzetten, evenementen rond boeken organiseren, de bedrijfswereld aanspreken voor lezingen en seminars van auteurs - en dat hoeven zelfs niet per se Witsand-auteurs te zijn. Hij noemt het een 360°-benadering. 'In de muziekwereld is dat al een tijd gangbaar, noodgedwongen. Die verbreding, die herpositionering is ook voor het boek nodig. In heel veel taalgebieden is dat proces al lang bezig en hebben de grote uitgeverijen zich opnieuw uitgevonden. Ik wil soepel en lenig die weg op.'

Met de 360°-aanpak staat hij niet alleen onder de nieuwkomers. De jongens van Kwagga, onder wie Niels William, de oprichter van K3, gebruiken die en andere commerciële termen. Ze willen 'out of the box' denken. 'Wij willen auteurs intensief begeleiden, ook inhoudelijk, en merken creëren. Wij houden van bij de start rekening met mogelijke extensies en sturen van daaruit inhoud en exploitatie'. Met andere woorden: niet zomaar een boek op de markt brengen, maar ook aan afgeleide producten denken.

Ook Valerie Lempereur, de Nederlandse journaliste die vorig jaar in Vlaanderen met Lampedaire begon, ziet haar vak breed. 'De uitgeverij is maar één tak. Dit najaar beginnen we met het management van auteurs. Onder de auteurs van Lampedaire zitten immers veel BV's en die bekende mensen worden voor allerlei zaken gevraagd...'

### **Rebel of BV?**

Lempereur wil bovendien graag dat haar uitgeverij nog rebelser wordt. Rebels is nog zo'n woord dat de meeste nieuwe uitgevers graag in de mond nemen. En toch zijn Bekende Vlamingen en verwijzingen naar televisieprogramma's ook bij verscheidene nieuwkomers belangrijke troeven.

Demuyck: 'Er is inderdaad de tendens om op veilig te spelen. Dat komt omdat het oude adagium van de uitgeverwereld niet meer geldt. Vroeger zei men dat je tien keer mocht schieten om één keer raak te treffen. Dat één bestseller negen andere boeken kon dragen. Dat kan een grote uitgeverij zich vandaag niet meer permitteren. Vanwege de enorme bedrijfskosten moet een grote uitgeverij jaarlijks zijn omzet halen. Dus is het een voordeel als de auteur en het boek al bekend zijn van tv. Zo'n uitgave is risicoloos, want de marketingmachine draait vanzelf. Maar wie bekommert zich om al die andere kwaliteitsvolle projecten?'

Die kwaliteitsprojecten wil hij uitbrengen, maar toch is ook Witsand niet afkerig van BV's.

Demuyck: 'Mijn deur blijft open, maar dan wel voor BV's die iets te vertellen hebben. Het moet goed zijn.' Een voorwaarde die ook alle andere uitgevers, naar eigen zeggen, hanteren.

Sommige nieuwe uitgevers verwijzen niet expliciet naar BV's als hun favoriete auteurs, maar geven als ambitie op: 'boeken voor de gewone mens maken'. Rudy Vanschoonbeek noemt zijn project Vrijdag een 'brede publieksuitgeverij'. Kwagga wil 'een breed publiek aanspreken'. Ook Lampedaire werkt 'niet voor een select publiek; anderen kunnen dat beter. Ik wil de Van der Valk van de boeken zijn', zegt Valerie Lempereur. In die Nederlandse wegrestaurants 'krijg je waar voor

je geld', vindt ze.

Ook *De essentie*, het eerste project van uitgeverij Luster, zit in die lijn. In de goedkope boekjes van vijftig pagina's die een actueel onderwerp kernachtig samenvatten, zijn toegankelijkheid en gewonemensentaal belangrijk. Lezen voor Iedereen valt vanzelf in dat segment: mensen met leer- en leesproblemen krijgen van die uitgeverij aangepaste vereenvoudigde lectuur.

Logischerwijze staat populaire non-fictie bij de meeste nieuwe uitgevers hoog op de verlanglijst; weinigen specialiseren zich in fictie, enkelen nemen fictie erbij. Linkeroever Uitgevers, de grootste onder de nieuwkomers, wil graag ook de richting van 'informatieve non-fictie' uit. Net als de journalist Paul Keyzers, die literaire journalistiek een kans wil geven en daarom Nomonkeybooks oprichtte. 'Non-fictie in de zin van goed uitgezochte, onderbouwde, leerzame, lezenswaardige en vlot geschreven beschrijvingen van wat er in bepaalde delen van de samenleving leeft, behoort zelden tot de corebusiness van de grote Vlaamse uitgeverijen', vindt hij. 'Ze doen het er zo'n beetje bij, in de marge, als de gelegenheid zich voordoet.'

Ook Tony Le Duc wil met Minestrone een niche bedienen die de grote uitgevers volgens zijn ervaring niet aandurven. Hij werkte en werkt nog steeds als *food*-fotograaf voor bedrijven als Lannoo en Standaard Uitgeverij, maar kan niet alles bij hen kwijt; hij kan nooit volledig zijn zin doen.

'In grote uitgeverijen wordt vaak cijfermatig gewerkt. Ze nemen geen risico's. Ze knippen er dus de kantjes af.' Hij richtte zijn eigen bedrijfje op om zijn niche uit te werken, *Kook ze!:* een kruising tussen een kookboek en een driemaandelijks reportagemagazine. 'Ik speel met vuur. Het is een niche, het gaat dus om een kleine oplage, maar ik voel het enthousiasme van het publiek. Het klikt.'

Bola Editions, het project van de graficus Antoine Bomon en de schrijver Stefaan Van Laere, gooit het over een nog andere boeg. Van Laere heeft er zelfs geen moeite mee om een go-between-uitgever te zijn, een opstapje. 'Wij kunnen voor een auteur op een deftige manier een boekje maken dat er beter uitziet dan een rommelig manuscript en hem ermee begeleiden naar een grote uitgeverij', zegt hij.

'Wij zijn geen concurrent, maar een aanvulling.' Bola Editions heeft de knowhow in huis om auteurs uit te geven die geen plaats vinden bij de grote uitgeverijen. 'Grote uitgeverijen krijgen een toevloed van projecten. We kunnen voor een deel die last van hen wegnemen.'

### **Sterk merk of underdog?**

Worden Witsand, Lampedaire en Bola ooit merknamen als Lannoo, Manteau of Van Halewyck? Demuynck: 'Voor het publiek maakt de naam van de uitgeverij niets uit. Alleen bij enkele kenners wekken bepaalde labels misschien nog vertrouwen. Maar ik vind het wel belangrijk dat Witsand in het vak als label erkend wordt. Te veel uitgeverijen zien auteurs als een noodzakelijk kwaad. Maar auteurs zijn net de creatieve motor van de uitgeverij. Witsand wil een sterke band met auteurs creëren. Ik wil graag dat het merk Witsand staat voor een auteursuitgeverij.'

'Laat mij maar de underdog zijn', zegt Valerie Lempereur van Lampedaire. 'Het merendeel van mijn auteurs zou misschien onderdak kunnen vinden bij anderen, maar door de persoonlijke contacten komen ze bij mij terecht. Ook als ze bij mij komen omdat ze me gewoon "een lekker wijf, vinden, is dat voor mij goed. Zolang het boek mij maar aanspreekt. Ik geef alleen boeken uit die ik zelf zou kopen.'

Boeken maken is door de technologische vooruitgang dan wel gemakkelijker en misschien goedkoper geworden, maar uiteindelijk kun je je afvragen of een uitgeverij nog zin heeft in deze tijden van digitaal drukken, printing on demand en andere alternatieven... Demuynck: 'Een "echte, uitgeverij kan nog steeds een meerwaarde bieden. Ze heeft nog altijd veel ruimte om haar stempel

op het proces te drukken. Maar het moet op alle vlakken goed zijn. Dat zou elke uitgeverij zichzelf moeten opleggen.'

Peter Jacobs